

Las empresas influyen en su propio interior y, simultáneamente, en los que la rodean. El impacto o penetración sobre los demás se conoce hoy como una forma de materialidad. Diversos factores aumentan o disminuyen la materialidad que una entidad tiene externamente. Esta no se refiere solamente a la forma como la información difundida entre el público influye en sus decisiones de crédito o su inversión. Se refiere al impacto en las actividades socioeconómicas que una empresa logra modificar. Las empresas también son paradigmas. Si una de ellas convierte a su entorno físico en un muladar, las personas que pasen por allí ayudarán a la sociedad. Si una empresa es injusta, sus clientes lo sabrán y actuarán en su defensa. Si una empresa dice mentiras en su publicidad, en sus catálogos, en su correspondencia, perderá confiabilidad. Si una empresa rompe los precios, puede llegar a quebrar a sus competidores. Las empresas ahora son objeto de valuaciones, ya no se les considera ejemplos de lo bueno, tienen que pasar el examen. Miles de ojos las escudriñan. No faltan quienes tratan de controlar la información que trata de ellos, hoy con la ayuda de la más moderna tecnología. Se pueden comprar en el mercado muchas herramientas para conocer indicadores generales o especiales, como el posicionamiento, la recordación de las marcas, la calidad del trabajo, su ausencia de formas de discriminación, el consumo de carbón a través de su operación, la limpieza del agua, la protección de los animales, su solidaridad, etcétera. Esta información circula en forma asimétrica, diacrónica. El mayor poseedor de información sobre las

empresas es el Estado, pero este no sabe usarla o la utiliza en favor de círculos privilegiados, lo cual es una forma de corrupción. La materialidad de las empresas depende en primer lugar de sus dueños, miembros, socios, controlantes, a quienes nuestras leyes atribuyen el mayor poder organizacional. En segundo lugar, a sus administradores, dentro de los cuales incluimos a los representantes legales. En tercer lugar, a sus funcionarios, que actúan siempre como elementos visibles de las entidades. Los contadores, preparadores o aseguradores, tienen un gran efecto sobre las comunicaciones en que intervienen. Las entidades del Gobierno, aún sin utilizar instrumentos de intervención, forjan la imagen y el comportamiento de sus vigilados, especialmente por su frecuente injerencia en su gobierno. Es probable que los informes integrales hagan más evidente estas capacidades de las organizaciones. El mundo actual está esperando que los contadores sean competentes para evaluar completamente la materialidad, de forma que sus juicios sean el producto de datos más completos. Ya plantearon que el ambiente de control, elemento del control interno, contiene la filosofía y comportamiento de la gerencia, con lo cual se reconocen los procesos de imitación que ocurren diariamente en las empresas. Seguramente sus intuiciones mejorarán en la medida en la cual su mirada sea más comprensiva. La doblez ha servido para engañar a muchos a lo largo de la historia, de manera que es necesario mejorar en desenmascarar.

*Hernando Bermúdez Gómez*